

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コンビニエンスストアでは、東日本大震災以降もたばこの在庫が比較的にあるため、たばこを求めて来店する客が増加し、来客数は増加傾向にある。たばこの売上が伸びて、全体の売上も伸びている。ただし、それ以外の商品は、強い動きにはなっていない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・例年ならばそれほど売れる月ではないが、今月は中古車がよく売れている。問い合わせ件数も多く、仕入れが難しいほどである。単価も高く推移している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	販売量の動き	・省エネ商品、暑さ対策商品、防災用品の品切れが続出している。
やや良く なっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・多少ではあるものの、商店街への週末の来客数が増えてきている。ただし、客単価は依然として低迷しており、売上も前年同月と比べて減少している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後は地元の観光地でも静かな日が続いたが、春休み以降は完全に回復している。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、4月は贈答品の売上がかなり落ち込んだ。今月も売上水準は全体的にまだ厳しいものの、4月と比較すると少し持ち直してきている。うちの仕事もしているが、震災の影響とエコ意識の高まりにより、うちの需要は非常に伸びている。扇風機も売れていると聞くが、消費者は扇風機とうちわで夏の暑さを乗り切ろうとしている。うちわ業界にとっては追い風である。ただし、在庫が不足しつつある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日祝日は家族連れの来客数が多く、売上も前月比で増えている。特に平日は、午前は閑散としているものの、午後は仕事帰りに立ち寄る男性客が増加しており、夕方の売上も伸びている。靴のプレゼントはサイズの問題もありあまりないが、今年は暑いので、父の日にサンダルのプレゼントがよく売れている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・来店客の購買意欲は高く、久しぶりにボーナス需要を感じている。良い商品なら予算をオーバーしても購入するという客が増えている。これは、しばらく見られなかったことである。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・物流の改善により、食品の売上が回復している。それに加えて、催事場ではベッドやじゅうたんが売れ始めており、眼鏡の売上も回復している。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・販売促進策で実施した先行セールへの反応は良くないが、本格セールの直前期にもかかわらず、定価品は好調に動いている。秋色の夏素材商材の売行きが、ここ数年なかったほど伸びている。客の目は、価格から、より良い商品や価値が高い商品へと向かい始めている。今後は、商品単価が上昇する可能性も高い。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後と比較すると、来客数は回復傾向にある。客単価も震災前の水準に戻りつつある。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・梅雨の期間が例年よりも短く、雨による客足への影響はあまりない。梅干しが店頭と並ぶ時期であるが、例年並みの販売量である。
		スーパー（店員）	単価の動き	・少しずつではあるものの、来客数は増加している。単価も少し上向きになっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が増えてきて、前年並みになっている。たばこ特需により、客単価も前年同月を上回っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・客単価、来客数、売上の前年同月比は、前月と比べて2～4%改善している。全社と比較すると、客単価は全国並みであるが、売上と来客数は上回っている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・他業態と比べてたばこの入荷が多かったこともあり、たばこ目当ての来客数が増えている。タスポ効果の時のように、おにぎりやパン等のついで買いがあり、売上はやや改善している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・猛暑により、エアコンの売上が大幅に伸びている。地上デジタル放送への完全移行で、テレビの売行きも良い。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・高価格商品は売れていないが、値下がりした商品や安い商品に対する客の反応は良く、来客数も増えている。

	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・車の点検等は、これまでは先送りされてきたが、少し増えてきている。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災時の買い控えは、かなり改善されてきている。また、主力車種に関しては生産も戻りつつある。
	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の配車台数が制約されているため、販売実績は前年同月比50%割れであるが、受注量は前年同月比75%前後で推移している。来客数も、例年の夏のボーナス期ほどではないものの、確実に増加している。消費は、少しずつではあるが回復してきている。
	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・客との会話のなかで、利益はあまり増えていないが、仕事は忙しくなってきたという話がよく聞かれる。
	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・前年並みとまではいかないが、販売台数は大幅に回復している。当店、会社共に、目標に近い販売台数で推移している。
	乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・メーカーからの供給量が回復しつつある。乗用車の仕入金額は、東日本大震災直後と比べると20倍ほどになってきている。登録可能な車両の増加に伴い、売上も4、5月と比べると増加している。
	乗用車販売店 (総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響による自粛ムードは、変化しつつある。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3月と比べると、出控えていた客が少し戻ってきている。
	スナック(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードが弱まり、前年同月の売上並みに回復している。ボーナスが出た企業もあるため、週末の人通りも増えており、来客数の増加につながっている。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災直後はキャンセルが相次ぎ、休業同然であったため、その時と比較すればやや良くなっている。最悪期と比べると、落ち着きを取り戻して、仕事が入ってきている。
	観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・団体客のキャンセルによって空いた穴を、完全とまではいかないものの、個人客で相当カバーできている。宴会の売上は減ったままであるが、レストランの売上は増えている。
	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・ビジネス目的の宿泊客が戻ってきた。海外からのビジネス客も、かなり戻ってきている。ただし、観光客はまだ回復しておらず、宴会も自粛が続いている。レストラン部門は、比較的良い。
	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・経済的余裕がある客層は、消費を増やしている。ただし、普段から消費を抑えている客層は、更に節約している。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後は旅行は罪悪のように受け取られていたが、そうした雰囲気は徐々に弱まり、今は旅行も復興につながると理解されてきている。売上も、夏の個人旅行を中心に、徐々に回復しつつある。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う自粛ムードは一段落しており、夏の旅行計画や、スポーツ関連のイベントでのバスや弁当の注文が増えている。少しずつ余暇を楽しむ余裕が出てきた感がある。
	タクシー運転手	来客数の動き	・通勤時間帯や昼間のタクシー利用客数は変わっていないが、深夜の利用客数は増加している。株主総会の終了後に繁華街に出掛ける人が多いことが要因である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・急に暑くなったためか、ビアガーデンや居酒屋帰りの利用客が増加している。日中も、病院に通う人の利用がかなり増えている。
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・相変わらず、客単価は非常に低い。客単価が低いため、売上の増加にはつながっていない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・東日本大震災以降の売上は、5月の連休に少し回復した後、6月に入ってまた若干回復しつつある。ただし、来客数はやや減少している。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災直後と比べると、購買意欲はやや回復している。ただし、生活必需品以外では、期待したほどには回復していない。単価が高い商品はほとんど売れていない。
	一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費動向は少し変化している。節電も含めて、中元商戦への影響が懸念される。

一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・立ち読みだけして買わずに帰る客や、買っても最低価格の105円の本を1～2冊という客が本当に増えている。以前は千円や二千円は簡単に使っていたのが、今は105円の本1冊だけという客も増えている。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・取引先の飲食店では、来客数がゼロに近いという日が続いている。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	販売量の動き	・調剤部門の売上は多少増えているものの、一般小売の売上は年々減少している。客は必要な物は買うが、ついでの買物がない状態は変わらない。買ってもらうには、以前と比べて多くの時間と努力が必要である。
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	単価の動き	・普段の買物の客単価が、低くなってきている。通常の営業時とセール時の来客数に、差がありすぎる。出費を低くしようという動きは変わっていない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費はかなり落ち込んでいたが、今はやや持ち直している。来客数も回復しつつある。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・雨の日が多くなり、来客数はやや少ない。客の様子を見ると、一時の自粛ムードは少し緩和しているが、買い方はまだ慎重で抑え気味である。客単価は低めで推移している。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・クリアランス待ちもあるが、必需品以外は購入しないという買物態度は、依然として変わらない。
百貨店（販売担当）	お客様の様子	・上旬は好調に動いていたが、中旬ごろからセール待ちの買い控えや下見の客が増えて、かなり厳しい状況になっている。一部のブランドでは先行セールを開始したが、本格的なセールを待つ客の姿が多く見受けられる。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・物や人の動きがやや鈍くなってきている。スーパー、ショッピングセンター等への来客数も減少している。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大型店、中小スーパー共に、相変わらずディスカウント価格ばかりである。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客はチラシ広告を見て、価格にシビアに買物している。その一方で、手頃な新製品や話題商品が動いている。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価は、前年同月並みに回復してきている。たばこの売上も前月に比べて増加している。
スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・当店全体の売上は、引き続き前年同月を下回っている。客が買う商品は、必需品ばかりである。暑さ対策関連商品で売上をカバーするのは難しい。
スーパー（営業企画）	お客様の様子	・東日本大震災後は一時的に買い控えがあったが、今は一段落しており、買物動向は落ち着いてきている。
コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・予想したほどの客の動きにはなっていない。来客数は、わずかながら依然として前年を下回っている。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・震災特需がなくなり、購買意欲も弱くなってきている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・気温が上がらないためか、飲料水やアイスクリームの動きが今一つ鈍い。雨が多いためか、来客数もそれほど伸びていない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客の年齢層が年々上がり、販売意欲もなくなってきて来客数が減少傾向にあったところに、東日本大震災が起きた。来店客は多くの買上をしてくれるが、新規の客が少ない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注量を見る限り、良くも悪くもなっていない。新型車に関しても悪くない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後の来客数の落ち込みからは、回復しつつある。しかし、震災以前の来客数を上回ってはいない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・集客が難しく、厳しい状況にある。飲食店では、焼肉食中毒事件の影響も大きい。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・売上は少ない水準で安定している。客は、小遣いが減ったため来店機会も減ったと話している。
旅行代理店（経営者）	競争相手の様子	・大手の旅行代理店が店舗の統廃合を始めており、厳しい状態は一段と進みつつある。
旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響はまだ強く残っており、まだ本来の予約状況までには回復していない。

	タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災前は景気が悪いなりに利用客はあったが、震災後は夜の繁華街の客もなかなか利用してくれなくなっている。最終金曜日は最近なかったほどの人通りがあったが、その後は以前と同じように静かである。ボーナスが出た企業もあると思うが、そうした様子は感じられない。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行まで1か月を切り、新規の契約数は増えているが、解約数もそれ以上に増えている。
	ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・今年に入梅が早く、来場者数の減少が心配されたが、ほぼ目標通りである。前年同月と比べると、来場者数、売上共に上回っている。ただし3か月前と比べると、良くなってはいない。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は変わらず、横ばいである。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり、例年と比べて買い控えが見られる。全体的には変わらないが、地域差がある。
	その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	来客数の動き	・来客数は、ここ2～3か月間はほとんど変わらない。多くはないが、ぼつぼつと来客がある。
やや悪くなっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路の無料化社会実験と料金引下げの終了後、週末の観光客数は激減している。
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	お客様の様子	・月の後半から、中元シーズンに入っている。個人客は、東日本大震災以降の人のつながりを大切にす風潮からか、それ程の落ち込みは感じられない。しかし、大口の法人関係に関しては、現時点では苦戦している。
	スーパー（店長）	単価の動き	・一品単価は横ばいであるが、買上点数には減少傾向が見られる。必需品や低価格品ばかりを購入する買物が多い。
	スーパー（店長）	単価の動き	・一品単価の下落が進んでいる。買上点数の動きもそれをカバーするほどではないため、客単価も低下している。
	スーパー（店員）	単価の動き	・商品価格が高くなっているため、購入量は更に減少している。
	スーパー（営業担当）	単価の動き	・3か月前は震災需要で伸びたが、今は震災前に戻り、厳しい状況が続いている。一品単価、客単価共に低迷している。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・下旬から気温が上昇し、飲料やアイスクリームの売上が増えてきている。しかし、月前半の落ち込みをカバーするほどではない。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・繁華街立地の店とビジネス街立地の店の両方で、来客数は減少してきている。特に繁華街の店では、夜の来客数が減少したこともあり、来客数の減少が著しい。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少や単価の低下などにより、景気はやや悪くなっている。
	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・5月までは商品はよく動いていた。今月は急に暑くなり、通常ならば夏物が動くはずが、東日本大震災の影響のためか、消費は増えていない。
	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売台数は前年並みである。他社の車に乗って来店する客が減ってきており、購入を積極的に検討する話も少なく、様子見がうかがえる。また、検討車種の納期がかなり遅い場合は、値引きも含めた競合車種との比較もできないため、車検が近い客は購入を諦めるようである。
	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災前から、民間の設備投資や公共工事は減少していた。震災以降は、それまで良かった持家住宅や分譲マンションも減少してきている。全体的に厳しい状況が続いている。
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	競争相手の様子	・来客数が落ち込んでいる。
	理美容室（経営者）	来客数の動き	・暑くなり、本来ならば忙しくなるはずなのに、客はあまり来ない。
美顔美容室（経営者）	お客様の様子	・キャンペーンを実施中であるが、同業のサロンが周囲に増えてきたためか、新規客は増えていない。	

		その他サービス [介護サービス] (職員)	競争相手の様子	・大手の事業者が、介護保険外のレンタルサービスで低価格競争に出ている。採算にあわず、厳しい状況である。	
悪く なっている		スーパー(経営者)	お客様の様子	・3月以降、売上は落ち込んでいる。客との会話でも、今月は前年同月比で2割強落ち込んでいるとの話が聞かれる。	
		その他専門店 [貴金属](店長)	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故、ボーナスカットと暗い話題ばかりで来客数は減少しており、景気は冷え込んでいる。消費マインドも低下しており、高額な時計や宝飾品の売上回復は見込めない。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・静岡の繁華街では、かつては夜の11時ごろはまだ人通りが多かったが、今は本当に閑散としている。	
		理容室(経営者)	お客様の様子	・相変わらず、景気の良い話は聞かれない。また、客は安い店に流れている。	
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、海から離れた地区で購入が少しある。	
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・借入しないで、自己資金での増改築を検討する人が多い。そのため、早急に修理が必要な工事ならば仕方がないが、耐久性の補強のための工事ならばもう少し我慢するという客が目立っている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-	
	やや良く なっている	電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後は停滞していた部品の入荷が回復してきており、出荷量は上向いている。	
		輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・今月中旬以降、客からの発注量は確実に増加している。売上は、4月と比べて9割増になる。	
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が懸念されたが、荷物量の前年同月比は発送、到着共に伸びてきている。	
		金融業(法人営業担当)	取引先の様子	・サプライチェーンの復旧により、地元の自動車メーカーは生産を回復している。それに伴い、部品メーカーの生産も急ピッチで増加している。中小零細企業では、土日操業に伴うパート労働者の確保に追われる動きもみられる。	
		会計事務所(社会保険労務士)	取引先の様子	・顧問先では、大きな仕事が入っている企業や、新規事業が伸びている企業がある。	
	変わらない		パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は少なくなっており、景気は少しずつ回復してきている。
			化学工業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・4～5月は、福島第一原子力発電所事故の影響で、日本製品が放射能汚染されているとの風評から、海外顧客から在庫を放出するようにとの要望があったが、最近は少し沈静化している。また、各国では日本製品の受け入れ体制の整備が進み、輸出は震災前に戻りつつある。
			鉄鋼業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、受注量、販売量共に以前と比べて2割以上も落ち込んでおり、回復する兆しも見えない。
			一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・北米市場、アジア市場共に、自動車業界からの引き合い件数や受注量に大きな変化は見られない。
		輸送業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・貨物量は回復してきているが、イレギュラーな配送が多く、積載率は低迷している。軽油価格も高止まりしているため、利益を大きく圧迫している。	
		輸送業(エリア担当)	競争相手の様子	・取引先の手飲料メーカーでは、例年今の時期は夏に向けて、飲料水が出荷のピークを迎える。今年は急に暑くなってきたにもかかわらず、目立つほどの増加はなく、例年通りの動きである。	
		輸送業(エリア担当)	受注量や販売量の動き	・アジア間の貨物は好調であるが、米国との貨物は低調である。	
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災以降も、震災前の悪い状態で推移している。取引先の投資意欲は、厳しい状態が続いている。	
		金融業(企画担当)	取引先の様子	・東日本大震災から3か月が経つが、福島第一原子力発電所事故の状況が改善していないことや、政局が不安定なことから、投資意欲は回復しておらず、様子見が続いている。	
		不動産業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・名古屋地区では、引き合いや取引状況等に変化は見られない。	

	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・イベントや企画の縮小、中止の影響で、それに関連した印刷物も含めて、厳しい状況が続いている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告量は、前年並みに回復している。ただし、流通分野では回復が見られない。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・各企業では販売実績、売上実績を伸ばそうと頑張っているが、それに伴うコストが増えている。人気がある住宅は良い建材を使っており、サービスも人件費等のコストを掛けている。そのため、売上の割には利益は少なくなっている。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・今まで凍結されていた案件に予算が付き、ようやく動きが出始めたと聞いている。	
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に伴う影響から、まだ抜け出ることができていない。悪い状態が続いている。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の生産量は通常の6割程度であり、パート社員も減らしている様子で、非常に厳しい状態にある。これでは、設備投資にまではなかなか回らない。	
やや悪くなっている	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に伴う需要が、落ち着いてきている。	
	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・今月中旬に大口取引先から1か月程度の納期延期の依頼があり、一気に生産量を減らしている。	
	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・荷主は、運賃に対して非常にシビアである。燃料である石油製品の価格が大幅に上昇しており、荷主に燃料サーチャージを要請しても応じてもらえない状況にはない。	
	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月の売上の3か月前比は5.3%減、前年同月の売上の3か月前比は11.7%増とやや悪くなっている。ただし、前年同月の3か月前比の大幅増は、前々年4月から前年2月までの期間が非常に落ち込んでいたことによる。	
悪くなっている	経営コンサルタント	取引先の様子	・地元の金融機関では、地元企業に対する融資、特に不動産の融資をほとんど凍結している。そのため、新規の事案が全く動いていない。	
	公認会計士	それ以外	・東日本大震災の影響で、顧問先の自動車関連製造業の操業度が低下している。製造業の業績悪化が、多くのサービス業にも影響している。	
雇用関連	良くなっている	アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き ・自動車関連企業の雇用増加に伴い、採用者数は増加している。	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業では研究開発意欲が高まっており、技術者派遣の需要も増加している。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・自動車関連企業が生産を本格化し、期間工の採用も再開している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量は、東日本大震災直後と比べると、多少上向きになっている。
		職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・自動車部品の製造は東日本大震災の影響で一時的に止まったが、今月中旬以降、生産は回復している。自動車部品を製造する3次下請までの生産量は、震災前の7～8割にまで回復している。ただし、4次下請以下では、厳しい状況がまだ続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、6月に増加に転じており、増加幅も広がりつつある。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・自動車関連製造業の生産の回復に伴い、求人が入り始めている。また、在職中の求職者が転職に伴い退職手続きする際に、強く引き留められるケースも増えている。	
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・生産は持ち直してきているが、採用計画に大きな変化は見られない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・4、5月に比べて、採用数は減ってきている。求人広告数も、今月は減少に転じている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人はそこそこ出てきているものの、前年度を下回る条件の求人が多い。全体的に見ると、求人意欲は低い。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・採用者数は、前年同月比135%と増加している。しかし、求人数は前年同月の7割に減っており、直近までの求人数と比較しても、弱含みとなっている。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4、5月とほぼ同水準であるが、前年同月比ではマイナスになっている。また、パートを除く一般求人数は、3か月連続で前年同月を下回っている。東日本大震災の影響も、多少ある。
	職業安定所（次長）	求人数の動き	・ハローワークでの新規求人数は、4、5月と2か月連続で前月を下回っている。季節要因もあるが、企業の求人意欲が低下していることも影響している。また、休業に伴う雇用調整助成金の届出件数も、再び増加に転じている。ただし、求職者数の動きには大きな変化は見られない。
悪く なっている	-	-	-